

y músicos —solos o en pequeñas o grandes formaciones— fue parte integral de una experiencia en la que la proyección era un dispositivo propio de un conjunto en el que intervenían otras tecnologías y actividades en una performance a menudo compleja, en la que solían estar presentes también los efectos de sonido y la bulliciosa participación del público, especialmente en sus primeros veinte años. Este carácter interactivo de la audiencia, la conformación de los contextos de recepción y la participación física del público, a menudo insólita para los parámetros posteriores, es parte consustancial de la mayor parte de su transcurso. Y en algunos aspectos, las prácticas del cine de los comienzos se asemeja curiosamente a algunas disposiciones actuales del espectador en la era del audiovisual electrónico.

- b. Que el cine mudo era un espectáculo informe y de alto grado de inespecificidad hasta el momento en que se encaminó en el cumplimiento de su función narrativa.

Lejos de ofrecerse a los balbuceos o a la torpeza de los “primeros pasos”, el cine se asienta, desde sus mismos comienzos como medio identificable, en prácticas que en algunos casos contaban con un par de siglos de tradición en cuanto a formas institucionales de espectáculo. El cine de atracciones (según la terminología propuesta por Tom Gunning) que convivió durante dos décadas con el narrativo ofrecía formas de experiencia a veces sofisticadas en alto grado y de enorme repercusión popular, aunque luego fueron silenciadas por el sistema de integración narrativa. La conexión con un espectador deseoso de un espectáculo vibrante hasta lo eufórico o estremecedor, que sacudiera sus sentidos y ofreciera efectos de placer, asombro o eventualmente terror estético, estaba en las bases de ese dispositivo altamente eficaz.

- c. Que la historia del mudo se desarrolló en forma lineal, desde los balbuceos del mal llamado “cine primitivo” a la adquisición de un lenguaje (según una tradicional metáfora evolutiva).

Siguiendo el modelo de crisis propuesto por Rick Altman para examinar la historia del cine, y atendiendo a la mixtura de públicos, de prospectos de explotación y de usos del espectáculo audiovisual conocido como “cine mudo”, puede apreciarse de qué manera la historia del cine fue, aplicando una perspectiva de reconstrucción arqueológica, la historia de varios medios con identidades en conflicto, en lucha jurisdiccional y en negociación permanente. En ese sentido, el cine debe ser examinado con otras tecnologías y prácticas de representación y del espectáculo. No solo con la evidente conexión con la fotografía y las disputas con el teatro (que van mucho más allá con su forma burguesa decimonónica), sino con dispositivos emergentes como los de la grabación y reproducción sonora, la radiotelefonía y el avance de la electricidad en sentido amplio. En lugar de una línea nítida, se traza una historia de transformaciones en híbridos altamente inestables, todavía por descubrir en muchos aspectos.

- d. Que lejos de arrancar desde un pretendido “primitivismo”, el cine se originó guiado por el imaginario del modernismo bajo distintas modalidades, dentro de un paisaje multimediático que posee notables puntos de contacto con actuales mutaciones en el campo de lo audiovisual.

Distantes de toda condición “primitiva”, los orígenes del mudo se arraigan en espectáculos de raigambre hasta milenaria, unidas extrañamente al frenesí de lo visible que impregnó al positivismo y a las aspiraciones de la ideología modernista.

Redescubrir algunos de los usos tempranos del cine puede dar lugar a entender ciertas modalidades de lo audiovisual hoy abiertas en el campo de los videojuegos o incluso en las pantallas de la computadora, como el ensanchamiento del campo de experiencia lúdica mediante la imagen o incluso el avance conjunto entre visibilidad, legibilidad y conocimiento.

Como resultado del trabajo citado, ampliando las perspectivas y las coordenadas culturales desde las que se exploraron las experiencias distantes y diversas del cine primitivo, la configuración del clasicismo y la interrelación con las prácticas de las vanguardias históricas, el estudio del “cine mudo” intentó abrir otra mirada (e incluso hasta hizo escuchar el mudo gracias a la notable y reciente cultura de las copias restauradas de la era post-video) que conjugó la posibilidad de entender mejor qué se jugaba en aquellas experiencias distantes, recuperando incluso, en algunas ocasiones, buena parte de aquellos placeres de espectador.

A modo de puesta a prueba de esta tarea de apertura, se realizaron breves actividades de investigación documental y bibliográfica, acompañadas por búsquedas y visionados de material audiovisual, para realizar textos donde esos ángulos de lectura encontrasen la posibilidad de una plasmación mediante la escritura. El formato de artículos sobre temas específicos —destinados a una publicación académica que compile textos de estudiantes de grado sobre Historia del Cine— permitió apreciar, desde el ángulo de la práctica, los logros obtenidos.

Metodología para el desarrollo de proyectos multimediales.

Darío Saeed

A partir del crecimiento del desarrollo de cdroms y sitios se hizo cada más necesario una metodología para el desarrollo proyectos multimediales cuyo eje sea la combinación de texto, imágenes pero especialmente animaciones, video, sonido e interactividad.

Hasta ahora los grupos interdisciplinarios que se dedican a realizar estos proyectos utilizan metodologías adaptadas de diseño o sistemas.

La metodología que se está presentando aquí utiliza herramientas de metodologías existentes y a su vez, agrega nuevas necesarias para este tipo de proyectos.

Consiste en 6 etapas generales:

1. Idea: en esta etapa se define en términos generales el proyecto a diseñar. Participan todos los integrantes del grupo y el cliente.
2. Diseño: en esta etapa se definen los contenidos del proyecto, cómo se los va a presentar y la navegación.
3. Prototipo: por primera vez se puede “probar” una parte del proyecto a calidad final y es el cliente quien tiene la responsabilidad de aprobarlo.
4. Producción: teniendo como base el prototipo, en esta etapa se producen todos los elementos multimediales y luego se los integra, dándoles interactividad.
5. Testeo: se realizan las pruebas de funcionamiento y calidad

tanto por parte del cliente, como por el equipo de trabajo.

6. Distribución: Una vez terminado el proyecto se lo almacena en un servidor, en caso de ser un sitio web, o si es un cdrom se hace el proceso de replicación.

Etapa 1: Idea

Esta etapa tiene como objetivo definir el proyecto multimedial que se va a desarrollar. Para ello, hay que tener en cuenta diversos aspectos: objetivo, sinopsis, estilo, target y perfil de usuario, estudio de la competencia y plataforma.

Etapa 2: Diseño

En esta etapa se definen principalmente los contenidos del proyecto multimedial, y cuales van a ser los medios con los cuales se van a utilizar para transmitir el mensaje: guión literario, mapa de navegación y guión técnico interactivo.

Etapa 3: Prototipo

Esta etapa tiene como objetivo garantizar al cliente que el desarrollo esta dentro de lo planeado y, a su vez, poder ver y probar una parte de la aplicación.

Se investigan algunas tecnologías desconocidas por el grupo de desarrollo para ver si pueden formar parte del Demo. Se desarrolla un Demo que debe ser representativo y a calidad final, a fin de que sea aprobado por el cliente.

Etapa 4: Producción

Esta etapa es la más extensa del proyecto, en donde se producen todas las imágenes, animaciones, videos del producto multimedial. Se definen los Criterios de producción y se producen los diversos elementos multimediales de acuerdo al Guión Técnico Interactivo.

Etapa 5: Testeo

Cuando los programadores aseguran que el producto esta listo y funcionando, los beta testers se encargan de demostrar lo contrario. Se realizan diversas versiones de la aplicación, a fin de ir corrigiendo los errores que se van encontrando.

Etapa 6: Distribución

La distribución se puede realizar por diversos medios al mismo tiempo, tales como Internet, cd-roms o puestos interactivos de consulta.

Hosting: En el caso de un sitio web es necesario elegir un servicio de alojamiento de páginas adecuado a las necesidades de ancho de banda y con los servicios adecuados a las tecnologías utilizadas.

Replicación y Packaging: En el caso de un cdrom, una vez aprobado por el cliente el master final, se lo envía a la fábrica replicadora de cdroms para realizar todas las copias necesarias.

Finalmente queda el producto listo para la distribución una vez que es colocado en el packaging diseñado para el mismo.

Conclusiones

Es evidente que las metodologías actuales que provienen del área del diseño o inclusive las del área de sistemas no han sido creadas para diseñar Proyectos Multimediales.

La metodología propuesta, ha sido creada para diseñar Proyectos Multimediales y además contiene herramientas tomadas de las diversas ciencias y artes, le termina siendo «familiar» a cualquiera de los integrantes de un grupo interdisciplinario, facilitando así su integración al proyecto. La metodología contempla una visión comercial, pone un

fuerte acento en el diseño gráfico, audiovisual e interactivo y por último, abarca las etapas necesarias para el desarrollo de todo software.

En síntesis, se ha desarrollado una metodología que no solo integra el trabajo de profesionales con perfiles muy diversos, sino que les provee de una visión global para diseñar proyectos cuyo eje sea la multimedia.

Una sociedad fuertemente comunicativa pero débil en sus encuentros.

Adela Sáenz Valiente

El elemento esencial del nuevo individualismo, que provoca el recurso sistemático a los medios de comunicación, es la manera en que éstos privilegian la comunicación indirecta, abstracta, sin verdadero encuentro con el otro. La concepción “utópica” de la comunicación la transforma en un intercambio de mensajes cada vez más abstractos e irreales, cada vez más manipulados por intermediarios de todo tipo. El riesgo que corremos es el de una sociedad fuertemente comunicativa pero débil en sus encuentros.

El ideal del mediador parecería ser que el hombre de mañana minimice al máximo sus desplazamientos físicos para privilegiar la circulación de los mensajes por redes. Sentado frente a su terminal, conectado con todo el mundo, podrá abstenerse de moverse. ¿No nos presentan como lo mejor del mundo poder quedarse en casa a trabajar, poder hacer las compras en el supermercado “virtual”, disponer en la pantalla de todos los placeres del mundo, entregarse al “sexo virtual”? Este hombre moderno, en todos los sentidos del término, no necesita un compañero físico a su lado. Se trata de la familia soltera por excelencia. Se acostumbra a una relación de curiosidad con el otro, relación que se vuelve fóbica ante la presencia física del otro y estrechamente dependiente de la presencia virtual. Como señala el psicólogo Sherry Turkle, a propósito de la relación que mantenían algunos pacientes con la computadora, ésta “ofrece una compañía desprovista del carácter amenazador de la intimidad del otro”.

Este neoindividualismo se vive como extraordinariamente comunicativo, pero al precio de vaciar la comunicación de su sustancia: el encuentro con el otro, el encuentro con un universo que uno no eligió, la confrontación con lo que podríamos denominar en sentido fuerte: la sorpresa.

La nueva comunicación promueve más la soledad y el autismo que las relaciones con el otro.

El efecto perverso que concentra más peligro es el verdadero asalto a mano armada al futuro al que los adulones de las comunicaciones dedican ¿Qué representación tenemos actualmente del futuro? La única imagen del futuro que todavía disponemos es, justamente, la de una sociedad de comunicación hipertecnológica, con nuevos medios de comunicación y nuevas autopistas de comunicación. Nos llenan los oídos con los cambios revolucionarios que provocarán la televisión de alta definición, los teléfonos portátiles, los nuevos multimedia, los “universos virtuales”. Estos temas absorben